

Paris, le 29 novembre 2012

**Les « silver-surfeuses » mettent fin à une idée reçue :
les femmes seniors sont des e-shopeuses à haut potentiel pour les marques !**

Selon la dernière étude de l'Observatoire eBay-Terrafemina sur les nouveaux usages du e-commerce, les femmes de plus de 60 ans battent en brèche tous les clichés sur une population senior déconnectée de la révolution numérique ; elles passent quasiment autant de temps que leurs consœurs plus jeunes sur Internet (4h par semaine contre 5h pour les femmes plus jeunes), mais dépensent plus (140€ de plus que les jeunes actives). Elles apprécient autant l'achat online qu'en boutique.

La fracture numérique n'existe plus pour les seniors avec le développement des « silver-surfers »

Alors que 65% des soixantaines sont aujourd'hui connectées, nos aînées passent également presque autant de temps sur Internet que les femmes en général, et quasiment la moitié d'entre elles (45%) achètent au moins une fois par mois sur un site de e-commerce. Neuf retraitées sur dix plébiscitent le e-commerce pour ses avantages : praticité, gain de temps, variété des produits et prix attractifs. Tout comme la majorité des femmes, les femmes seniors sont particulièrement friandes, pour leurs achats en ligne, de vêtements et accessoires de mode (57%), de billets d'avion, de train, de séjours (55%) et de produits culturels et de loisirs (52%). Néanmoins, ce qui les différencie principalement ? La revente d'articles sur Internet : seulement 52% d'entre elles ont déjà revendu des achats d'impulsion sur Internet, contre 75% des femmes en général.

Les femmes seniors françaises : une population à fort pouvoir d'achat mais vigilante et exigeante

Avec un pouvoir d'achat supérieur d'au moins 15% par rapport à celui de la population active, les femmes seniors dépensent en moyenne 446€ par an pour leurs achats en ligne, soit 140€ de plus que les jeunes actives. Par ailleurs, elles donnent moins d'importance au prix que la moyenne des Françaises (72% contre 82%). Cependant, elles sont particulièrement vigilantes et exigeantes lorsque vient la question de l'information : elles choisiront en premier lieu des sites de marques installées, connues dans le monde physique, qui pourront leur fournir une information produit détaillée, tout en prenant soin de trouver le produit au meilleur prix (88% des retraitées ont déjà utilisé un comparateur de prix en ligne).

Contacts presse eBay France :

eBay France :

Nathalie TOUZAIN – 01 78 40 42 86 – ntouzain@ebay.com

Agence APCO :

Caroline CHALINDAR-GINE - 01 80 18 18 95 – cchalindar-gine@apcoworldwide.com

Les retraitées aiment autant *shopper* en ligne qu'en boutique traditionnelle

Ces cyberconsommatrices aguerries jonglent désormais facilement entre le online et le offline : seules 8% pensent qu'acheter en ligne est compliqué, mais elles affectionnent cependant toujours autant l'achat en magasin, celui-ci étant privilégié dès qu'une procédure de finalisation d'achat leur semble trop compliquée. Cette génération semble donc encore peu encline à confondre réel et virtuel, preuve en est : le commerce mobile reste peu utilisé par les retraitées, qui ne font que 3% de leurs achats en ligne via un smartphone, contre 9% pour la moyenne des françaises, et 4% via une tablette, contre 7% pour les femmes en général.

A propos de l'Observatoire eBay-TerraFemina

Depuis début 2012, cet Observatoire s'intéresse aux nouveaux usages féminins du e-commerce. En 2012, il est à l'origine d'une étude sur les femmes au foyer et sur les jeunes trend-setteuses. Cette étude consacrée aux femmes seniors a été réalisée du 25 octobre au 5 novembre 2012 par le CSA, auprès de e-shopeuses (femmes ayant réalisé au moins 1 achat online au cours des 6 derniers mois) sur deux populations : un corpus de 500 femmes, retraitées (âge moyen ; 64 ans) et un corpus de 572 femmes de 18 ans et + (âge moyen ; 42 ans).

Pour en savoir plus :

- Twitter : #eBayTerraFemina
- Lien vers la présentation de l'étude : <http://bit.ly/UbtBSH>

A propos d'eBay

Fondée en 1995 à San Jose, en Californie, [eBay Inc.](#) (NASDAQ : EBAY) est un leader mondial du commerce et des paiements qui relie des millions d'acheteurs et de vendeurs. Première place de marché en ligne du monde, eBay permet aux utilisateurs d'acheter et de vendre dans presque tous les pays au monde ; [PayPal](#) permet aux particuliers et aux entreprises d'envoyer et de recevoir des paiements en ligne de manière sûre, facile et rapide ; et [GSI](#) facilite le commerce électronique, la distribution multicanaux et le marketing numérique pour les multinationales. [X.Commerce](#) rassemble les technologies et communautés de développeurs d'[eBay](#), PayPal et [Magento](#), une plate-forme de commerce électronique, pour soutenir eBay dans sa mission visant à faciliter le commerce. Des millions de personnes se connectent également à nos places de marché spécialisées telles que [StubHub](#), premier site mondial pour la vente de billets en ligne, et les sites eBay Classifieds (Petites Annonces), qui opèrent dans plus de 1000 villes à travers le monde. Pour obtenir de plus amples informations sur la société et notre portefeuille de marques en ligne, veuillez visiter le site www.ebayinc.com

En France, [eBay.fr](#) est aussi le leader du e-commerce et compte 15 millions de membres inscrits. [eBay.fr](#) permet d'acheter et vendre aux formats Enchères, Prix Fixe ou Petites Annonces des objets d'occasion ou bien neufs à des vendeurs particuliers ou professionnels.

L'ensemble des communications presse d'eBay est accessible [ici](#). Toute l'actualité d'eBay sur la page [Facebook eBay France](#) et sur le compte [Twitter](#)

Contacts presse eBay France :

eBay France :

Nathalie TOUZAIN – 01 78 40 42 86 – ntouzain@ebay.com

Agence APCO :

Caroline CHALINDAR-GINE - 01 80 18 18 95 – cchalindar-gine@apcoworldwide.com